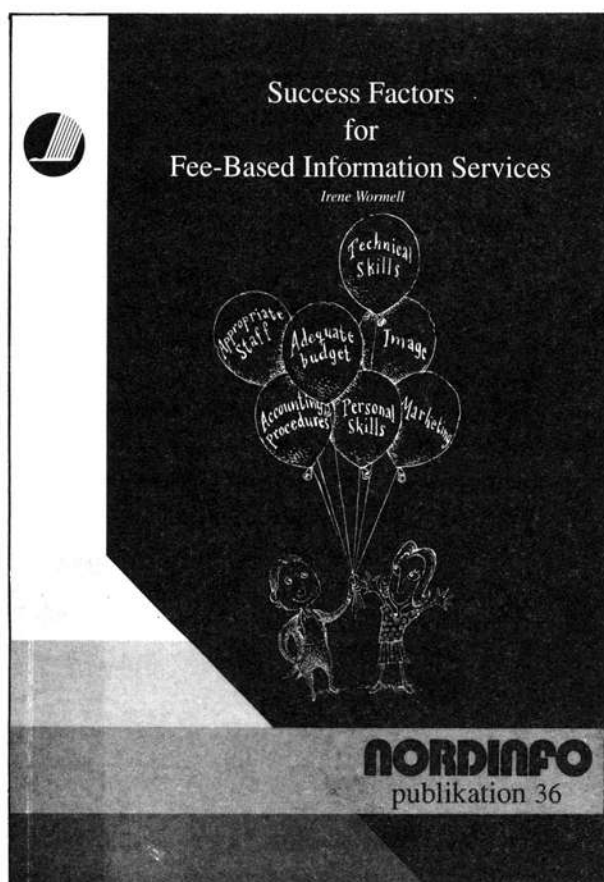


## Hogyan működhet jól az információs üzlet?



**WORMELL, Irene**

**Success factors for fee-based information services / Irene Wormell ; [publ. by NORDINFO] . – Esbo : Nordinfo, 1996. – 134 p. (NORDINFO-publikation : 36.)**

**Bibliogr.: p. 101–103.**

**ISBN 951-53-1018-0**

Szakmai körökben szép sikert aratott *Irene Wormell* könyve, a *Térítéses információs szolgáltatások sikertényezői*. Mivel „hic et nunc” különösen fontos dolgokról van benne szó, tartalmát a szokásosnál mélyebben, fejezetbeosztását is megtartva ismertetjük.

### 1. Háttér, módszertan és elemzés

A könyv szerzője annak a felmérésnek bemutatására vállalkozik, amelyet a *NORDINFO* és a *British Library R&DD* közösen végzett a különösen sikeres nyugat-európai térítéses információs szolgáltatók munkájának feltárása céljából.

A kutatók a megfelelő címjegyzékek alapján kiválasztott információs szolgáltatókat három csoportba sorolták:

- információs brókerek,
- a termelővállalatok vagy intézmények belső információs szolgáltatással foglalkozó részlegei,
- tanácsadó, piackutató, sajtó- és más ügynökségek.

A felméréshez kérdőív készült, amelyet 111 európai és 50 egyesült királysági címre juttattak el. Belőle kitöltve 53 (30 + 23) érkezett vissza a feladónak.

### 2. Siker az információs szolgáltatóknál

A siker mást-mást jelent a közszolgálati, illetve a magánszektorban. Az elsőben ugyanis sikernek tekintendő a fenntartó elismertségének és imázsának növelése, a működési költségek fedezése, más könyvtári egységek tehermentesítése. A magánszektorban egy meghatározott összeg kitermelése, pl. 5 év alatt évi 10–10%-os bevétel növelés, a fenntartási költségek megkeresése számít.

A fejlett térítéses információs szolgáltatásban az információs bróker szokott a „siker kovácsa” lenni. Ennek a foglalkozásnak egyébként számos rokon értelmű megnevezése is van, mint például információs tanácsadó, bróker, szabadúszó könyvtáros, információs szakértő, a térítéses információ szolgáltatója, információközvetítő, cybrarian stb. Mindazonáltal az e tevékenységet végzők két nagy csoportba sorolhatók: a független szolgáltatók és a nagyobb intézmények térítéses információs szolgáltatásában dolgozók csoportjára. Az utóbbiak olykor a közszolgálati szektorban, például egyetemi vagy közkönyvtárban, olykor pedig a magánszektorban, például vállalatoknál, testületeknél vagy nonprofit egyesületeknél vannak alkalmazásban. Rájuk, a független információs brókerekkel összehasonlítva az jellemző, hogy létük nem feltétlenül függ üzleti sikerességüktől.

A brókerek szolgáltatásait tárgykörük szerint szokták csoportosítani:

- piackutatásra szakosodott szervezetek szolgáltatásai,
- általános üzleti információs szolgáltatások,
- szakkönyvtárak állományán alapuló információszolgáltatások,
- felsőoktatási könyvtárakon alapuló információszolgáltatások,
- köz- vagy nemzeti könyvtárakon alapuló információs szolgáltatások,
- üzleti vagy szakmai egyesületeken alapuló információs szolgáltatások.

A szóban forgó szolgáltatások lehetnek hagyományos(abb)ak, mint pl. a kutatás, SDI, konzultáció, dokumentumszolgáltatás, irodalomkeresés. Az újabb kihívásokra aztán szolgáltatásként jelent

meg a kiadói tevékenység, indexelés, adatbázis-fejlesztés és -szervezés, a könyvtári állomány szervezése, konferenciák és szemináriumok előkészítése, munkaerő-kiválasztás és legfigyelemreméltebb a képzés. Köztudott ugyanis – írja a szerző –, hogy az információbrókeri szolgáltatás önmagában nem feltétlenül biztosítja a fennmaradást, ezért külön bevételekre is szükség van, pl. az oktatói vagy kiadói tevékenységre. Az üzlet legnagyobb részét a vállalati információk szolgáltatása teszi ki.

A közszolgálati szektorban működő információszolgáltatók kezét megkövetheti, hogy tartaniuk kell magukat az intézmény céljaihoz, és hozzájuk kell igazítaniuk profittermelő tevékenységeiket is.

### 3. Kritikus sikertényezők

A kritikus sikertényezők (critical success factor = CSF) meghatározásának kiindulópontja a SWOT-analízis, amely a térítéses információszolgáltatás esetében az 1. táblázat szerinti eredményt adja (a SWOT betűszóban az erősségek + gyengeségek + lehetőségek + veszélyek angol megfelelőjének kezdőbetűi találhatók).

A kritikus sikertényezők meghatározásának céljai:

- a menedzseri információs igények meghatározásának elősegítése,
- a szervezet átfogó (stratégiai, hosszú távú és éves) tervezési folyamatának támogatása,
- az információs rendszer szervezettervezési folyamatának orientálása.

A fejezet a továbbiakban a CSF meghatározásának célját, előnyeit, jellemzőit és módszertanát ismerteti.

1. táblázat

#### SWOT-analízis a sikertényezők megállapításához

|                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Erősségek:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Az információs források alapos ismerete</li> <li>2. Gyakorlat az információkeresésben</li> <li>3. Jelentős keresési tapasztalat</li> <li>4. Barátságos szolgáltatás</li> <li>5. Rugalmasság, adaptálóképesség</li> </ol> | <b>Gyengeségek:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inkább generalista mint specialista könyvtárosi hozzáállás</li> <li>2. Politikai gyakorlat hiánya</li> <li>3. Kevés költségvetés-tervezési gyakorlat</li> <li>4. Nehézségek az intézményi/vállalati összefüggések értelmezésében</li> <li>5. Hierarchikus struktúrák. Le kell bontani a szakmai és szakmák közötti területeket elválasztó korlátokat</li> <li>6. Az új technológiával lépést tartva javítani kell a személyzetfejlesztést és az oktatást, és ebbe be kell vonni a szakmán kívülieket</li> </ol> |
| <b>Lehetőségek:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bevéterszerzési módszerek kidolgozása</li> <li>2. Új piaci rések felderítése</li> <li>3. Az ügyfelek meggyőzése arról, hogy a mi információszerzési gyakorlatunk jobb, mint az övéké</li> </ol>                        | <b>Veszélyek, kihívások:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vannak más információs brókerek is</li> <li>2. Ügyfeleink kutatók – nagy elvárásokkal</li> <li>3. Mi vagyunk a legutolsók, akikhez a használók segítségért fordulnak</li> <li>4. Elégtelen az anyagi forrás az információtechnikai továbbképzésre</li> <li>5. Nem elég az öntudat</li> </ol>                                                                                                                                                                                                           |

### 4. Stratégiai gondolkodás és tervezés

A fejezet részletezi a missziós – rendeltetési – nyilatkozat megtételének, illetve a hosszú és rövid távú célok kitűzésének hasznát és módszereit. Erőssége, hogy gyakorlati példákat is felsorakoztat különböző témakörökben: *Hogyan készítsünk operatív tervet? A térítéses rendszer megtervezése. Csapatépítés. A szolgáltatások értékének növelése. A szervezeti célok és stratégia meghatározásának irányelvei.* A fejezet áttekintését és tanulhatóságát segíti a visszatekintő kérdőív (checklist), amely – pro memoria – felsorolja mindazt, amire a stratégiai gondolkodást tükröző tervezés közben gondolni kell.

### 5. Gazdaság és finanszírozás

A térítéses információszolgáltatás piaca növekvőben van, és a közszolgálati szektorba tartozó könyvtárak is megjelennek rajta mint a térítéses információ szolgáltatói. Úgy tűnik, hogy megéri a pénzét a szolgáltatások szerződéses kiadása (outsourcing). Ennek bizonyítása az információs bróker létérdeke. A térítéses információszolgáltatással foglalkozó vállalkozások ugyanakkor gyorsan cserélődnek a piacon. Ennek egyik magyarázata lehet, hogy a befektetés viszonylag lassan térül meg (ez átlagosan kb. 5 évet jelent). A felmérés tapasztalata, hogy a legstabilabb brókervállalkozások leginkább a négy vagy annál több munkatársat foglalkoztatók közül kerülnek ki.

A fejezet tételesen tekinti át az induláshoz szükséges berendezések és források készletét, valamint a bevezetéshez igénybe veendő marketingeszközöket. Egy-egy ilyen vállalkozás költségei

részint fixek, részint változók. A legnagyobb költséghányadot a munkaidő, a munkatársak bérezése teszi ki. A brókeri szolgáltatás díját elsősorban a költségek, másodsorban a konkurens árak, az igények nagyságrendjei, fenntartó esetén pedig annak irányelvei, információpolitikai nézetei határozzák meg. Az árképzés közben megfontolandó, hogy nagyobb ár esetén az emberek általában jobb minőségre is gondolnak. Eszerint a nagyobb ár nagyobb hitelességet is kilátásba helyez. A tervezés szempontjából pedig egyszerűbb az árból később leadni, mint növeléséhez folyamodni.

A tapasztalat szerint az azonnali elszámolást jobban szeretik a használók, mint az előfizetést. Az információszolgáltatónak ezzel párhuzamosan fel kell készülnie az ügyfelek fizetőképességének vizsgálatára. A szolgáltatók egyre inkább szabványosított szerződést kötnek, ahol a fizetés módját is meghatározzák. Nagyobb összeg esetén érdemes faktoringot alkalmazni.

Gyakorlati kérdéseket tárgyalnak a fejezet végi példák: *A fix költségek kiszámítása. A nullszaldó kiszámítása* (figyelembe véve az óradíjat, a szolgáltatás sürgősségét, és a profitot, amelynek nagysága a vállalkozás hosszú távú céljainak függvénye). *Árajánlat készítése* (előtte mindig végezzünk előzetes kalkulációt, az ügyfél kérését bontsuk kisebb kutatási egységekre, építsük be az idő- és költségtartalekeket). Sok tapasztalatot tükröznek a jó tanácsok; pl. *Az ügyfél nem a kutatásra fordított időt, hanem a bróker szakértelmét veszi meg. Nem tanácsos a kalkulációra fordított időt taglalni, annak kiszámítása csak belső támasz legyen. Alku esetén az ügyfél ne kapja meg alacsonyabb összegért ugyanazt a munkát, inkább legyen valamelyest módosított a kínálat.*

## 6. Elektronikus információs bróker: munka a behálózott világban

A hagyományos szolgáltatás, az adatbázisban való keresés mellett a kutatási idő egyre nagyobb hányada esik az Internetre, amely valószínűleg a térítéses információ szolgáltatóinak legfontosabb marketingeszközévé válik. Ezzel kapcsolatban a megrendelők részéről oktatási szükségletek is felmerülnek: vannak ugyanis, akik saját maguk szeretnének tájékozódni az információ világában. Ez a brókertől oktatási készséget vár el, ugyanakkor könnyen tervezhető bevételt és marketinglehetőségeket kínál. Ha a dokumentumszolgáltatás nem főprofilja a szolgáltatónak, akkor érdemes rá alvállalkozót fogadni.

A fejezetben részletes példák taglalják a határon túlra kínált szolgáltatások lehetőségeit és buktatóit. Gondot jelent többek között az időeltolódás, fizetésnél a pénznem, az átutalás költsége, a sokféle árfolyammozgás.

## 7. Módszerek, eszközök és fogások

Az önálló brókerek jogilag korlátozottak abban, hogy közszolgálati könyvtárakban keressenek-kutassanak. Praktikus tehát saját adatbázisokat és referenzsállományt beszerezni. Rögzített módszertanra akkor van nagyobb szükség, ha többen dolgoznak valamely feladaton, vagy annak egyes szakaszain. Így könnyebben be lehet kapcsolódni a munkába, és könnyebb átadni a feladatokat. Természetesen ehhez az egész folyamatot dokumentálni kell.

Az ügyféllel való kapcsolatfelvételnél a kezdő interjú kritikus sikertényező, ezért megéri a rá való alapos felkészülést. Alapvető a hatékony információáramlás, ami azt is jelenti, hogy az ügyfelet meg kell tanítani arra, hogy a kereséshez szükséges összes információt megadja. Jó tanácsok az interjúhoz:

- előzetesen a felkészülés;
- az információ rendezése: ami már megvan, és ami még hiányzik belőle;
- ösztönzés: világosan elmondani, milyen célból kell az információ;
- a tudatosság sugallása;
- türelem: hagyjuk kicsit elkalandozni is a válaszadót;
- mondjuk el, hogy mit tudunk már;
- ha nem kapunk kielégítő választ, kérdezzük meg, hogy kihez fordulhatunk további információért.

Az emberi erőforrás felkészültsége szintén kritikus sikertényező. A munkatársaknak ezért bizonyítaniuk is kell tudásukat, és megfelelő empátiával kell az ügyfelekhez fordulniuk. A munkatársak elsajátítandó alapképességei (könyvtárosképzők, figyelem!):

- az információ visszakeresése;
- az információ újracsomagolása,
- információszervezés,
- menedzsment,
- kutatómódszertan,
- marketing,
- információs technológia,
- tárgyi specializáció.

A konzulens munkatársak kiválasztására leghasznosabb a személyes kapcsolatfelvétel, illetve a fejvadászok alkalmazása. A személyzeti struktúrára érdemes *Charles Handy* lóheremodelljét alkalmazni, amely szerint egy-egy vállalkozásnak vannak viszonylag stabil szakértői, szerződéses alkalmi tanácsadói, és meglehetősen gyorsan cserélődő rutinmunkásai. A három csoport között az erőforrások nem egyenletesen oszlanak meg.

E fejezet végén is visszatekintő kérdőív segít az emberi erőforrásokkal kapcsolatos tudnivalók elsajátításában.



## 8. Marketing

A legjobb marketingeszköz a szájról szájra terjedő elégedettség. Ezt azonban számos apróbb marketingfogásnak kell előkészítenie. Róluk a könyv az egyéb szakirodalomban megszokott módon szól. Általánosságban vallják, hogy minél pontosabb a szolgáltatás vagy a termék, annál inkább definiált a piaci szegmens, és annál sikerebb a piac lefedése. A meglevő ügyfeleket megéri megbecsülni, az imázsvesztésen túl ugyanis költséges dolog az új megrendelők felkutatása. A munkatársakban tudatosítani kell, hogy az imázst minden használóval való kapcsolatfelvétel befolyásolja. Érdemes feltenni a kérdést: hogyan lehet bizalmat kelteni? A válasz:

- meg kell tanulni nemet is mondani (ha a kért profil idegen tőlünk);
- garantálni kell a bizalmas információk védelmét (hasznos az írásban rögzített megállapodás);
- a környezet és a vizuális impakt karbantartása felől gondoskodni kell;
- el kell sajátítani a telefonálási kultúrát;
- az iroda jó megjelenése kívánatos, bár nem kritikus sikertényező;
- élni kell a reklám eszközeivel (professzionális kivitelű prospektus; a direct mail helyett hatékonyabb a fókuszált kommunikáció; előzetes kommunikációs programok, például bevezető szeminárium; hasznos taggá válni a megrendelők szakmai szervezeteiben; cikkek megjelentetése).

A marketing másik alappillére a minőség, amelyre folyamatosan és kényesen ügyelni kell. A legjobb marketingeszköz e tekintetben a használói visszajelzések begyűjtése (de: míg az ügyfelek könnyen szólnak elégedettségükről, a negatív tapasztalatok csak határozottabb késztetésre kerülnek elő). A használóktól érkező visszacsatolás meghatározhatja a szolgáltatások vagy termékek módosításának kereteit, és segít megkülönböztetni a tényeket az elképzelésektől. Az értékelés kritikus sikertényezője, hogy a szolgáltató milyen mértékben nyitott a születő vélekedések elfogadására, továbbá hogy milyen gyorsan sikerül azonosítania a problémát, illetve kidolgoznia a módosítási stratégiát.

## 9. Etikai és jogi kérdések

Etikai kérdésekben a különféle szervezetek szakmai kódexei nyújtanak eligazítást. Kettő közülük, úm. az EIRENE (European Information Researchers Network), EIIA (European Information Industry Association), EUSIDIC (European Association of Information Services) által közösen kiadott, illetve az AIIP (Association of Independent

Information Professionals) által jegyzett etikai kódex a könyv mellékletében is olvasható. Ezek célja az ügyfelek biztonságának és jogainak tiszteletben tartása, továbbá az ipari kémkedéstől való elhatárolódás. Noha az üzleti etikának nincsenek szigorúan rögzített szabályai, zsinórmértéknek vehetjük: ha kínos lenne, hogy valamely tervezett eljárásunkat a helyi sajtó megszelleztesse, ne is próbálkozzunk vele.

A legfontosabb jogi előírások közé a *szerzői jog*, a *megbízhatóság* követelménye és az *adattvédelem* tartozik. A vonatkozó helyi, nemzeti és európai jogszabályok ismerete, változásuk figyelemmel kísérése sok szempontból kívánatos.

A professzionális imázs fenntartása szintén kritikus sikertényező. Az ügyfél kíváncsainak kezelése módszere, az első találkozástól a számla elküldéséig vezető folyamat alapozza meg a szakmai tekintélyt. A siker érdekében ezenkívül folyamatosan sugározni kell az ügyfél számára a szakmai illetékességet és a megbízhatóságot is. Az ügyfél kíváncsainak szakszerű kezelésére a fejezet irányelveket sorol fel. Ezek kitérnek a keresőprofil megértésére, a fontos részletek megtudakolásának mikéntjére, a határidőcsúszás teendőire, az információ csomagolásának, a számla részletezettségének kérdéseire, a további megbízásokat elősegítő kapcsolattartásra.

## 10. Esetleírás

A fejezet a *Danfoss* vállalat információs központjának tapasztalatait mutatja be a vállalatban belüli egységek közötti üzleti elszámolás rendszeresítésével kapcsolatban. Itt az egyes vállalati egységeknek külső vállalkozásokkal együtt kellett ringbe szállniuk, hogy egymás szolgáltatói lehessenek. Megtudjuk belőle, hogy a pénzügyi decentralizáció keretében az információs központ milyen lépéseken keresztül vált önálló és hatékony gazdálkodó központtá. E folyamat során megtörtént a költségek meghatározása, a befizetések adminisztrálásának bevezetése, és a szolgáltatások igények szerinti súlyozása. A rendszer bevezetése – noha fokozatosan ment végbe – átmeneti használatcsökkenéssel járt, és akadtak olyan szolgáltatások is, amelyek a minimális érdeklődés miatt gyakorlatilag elsovadtak. Ám az új rendszer előnyei mindinkább felülmúlták a hátrányokat. A piaci viszonyok új munkaerő felvételét tették szükségessé, a munkatársak jobban megértették a könyvtár helyét a vállalatban belül, új szakterületek kerültek be a szolgáltatási körbe, a munka érdekesebb lett, a munkatársak aktívabbá és öntudatosabbakká váltak, és jóval biztosabban használták fel szaktudásukat.

Irene Wormell könyve ugyan nem azonos mélységben tárgyalja az egyes területeket, ez azonban nem von le semmit abból, hogy hiánycikknek minősülő szakismereteket kínál. Ezen túl könnyen érthető és gyakorlati megközelítéseket alkalmaz, s ezért jól használható oktatási célokra is. Segítik ebben a didaktikai elemek: az ismétlés, a visszacsatolások, a példák, a mellékletek. Ez utóbbiak fontos része a bibliográfia, és a szakterü-

let vezető folyóiratainak jegyzéke, a két szakmai etikai kódex, az üzleti szerződésminta, egy üzleti információs központ missziós nyilatkozata, a szolgáltatások paramétereit rögzítő nyilatkozat, és számos jó tanács pénzszerző kampányokhoz.

**Mikulás Gábor**  
(Kecskeméti Tanítóképző Főiskola Könyvtára)

## Index – a forgalomban levő könyvek adatbázisa

Angolul Books in Print, ami némi félreértésre adhat okot, hogy ti. éppen a nyomdában készülő könyvekről volna szó. Valójában nem róluk, hanem a piacon éppen kapható könyvekről. Az adatbázisnak olyan struktúrája van, hogy általa a keresett könyvről megtudható a kiadói forrás minden lehetséges hozzáférési adatával együtt. Lehetőleg annak az ügyintézőnek nevét is megadja, aki a könyvet akár ki is postázza az érdeklődőknek.

A Books in Printnek – persze – nem feladata, hogy az összes könyvesbolt napi állományát számon tartsa, ez lehetetlen kérés is volna, de valahogy mindenképpen a könyv lelőhelyéhez kalauzol. Bizakodhatunk benne, hogy a könyvszakma lassan stabilizálódik, és az Index könyvadatbázis alapjául szolgálhat egy olyan információs rendszernek, amely már a logisztikai feladatokat is el tudja látni.

Többen felvetették már: miért is van rá szükség, hiszen az Országos Széchényi Könyvtárban készül a Nemzeti Bibliográfia. Csakugyan készül, de egészen más céllal. A Nemzeti Bibliográfia adatai ugyan lényegesen sokrétűbbek, azonban nem a megszerezhetőség elősegítése, hanem a pontos leírás a célja. Amíg az Index adatbázis a jelent próbálja megragadni, addig a Nemzeti Bibliográfia a múltból dolgozik a jövő számára. A többi hazai könyvadatbázis általában közrebocsátói készleteket kínál. Ilyen például a Könyvtárellátó online szolgáltatása és a Lira és Lant újonnan nyílt elektronikus könyvesboltja. Igen kedvelt a könyvszakmában az Új könyvpiac melléklete is, amely a nála összegyűlt hirdetések alapján teszi közzé az előző év megjelent műveinek katalógusát.

Bár az teszi ki a gerincét, az Index jelenleg többit is tartalmaz, mint a forgalomban levő könyvek adatait, minthogy megtalálhatók benne az 1993 óta elfogyott (out of print), sőt ha ismeretesebbek, az előkészületben levő könyvek adatai is.

Az adatbázis frissítése és karbantartása mulhatatlan szükségszerűség, ez megint csak a fő célra, a jelen minél pontosabb megragadására utal. Évente két alkalommal egyeztetünk a kiadókkal, levélben közölve velük a róluk és könyveikről nyil-

vántartott adatokat, és sok-sok telefonálással sarkallva őket, hogy saját érdeküket tartsák szem előtt az időben történő (javító-bővítő) válaszadás-sal. Ezenkívül az összes többi információforrást is igénybe vesszük egyeztetés és pontosítás céljából. A teljességre való törekvés miatt az adatok bevitelért és javításáért nem számítottunk fel semmilyen díjat.

Milyen adatokat tárolunk egy-egy könyvről? A következőket: szerző(k), cím, egyéb paraméterek (méret, oldalszám, illusztrációk száma, kötésmód), ISBN, ISSN, sorozatcím, a megjelenés dátuma, hányadik kiadás, fogyasztói ár, státus (raktáron, elfogyott, előkészületben), besorolás.

A témaköri besorolásokat az anyagok Whitaker Book Bankjének 1992-es kategóriái alapján készítettük, és az elmúlt évek során még további 10 új, az igények szerint felmerült besorolással bővítettük.

Az adatbázisból számos elemzés végezhető el. Most ízelítőül álljon itt két tanulságos táblázat ezekből az elemzésekből. Az 1. táblázat, amely a könyvkiadás legfontosabb jellemzőiről tájékoztat, a legutóbbi három év adatait öleli fel. Kitűnik belőle, hogy hazánkban a professzionális kiadók száma kb. 150, a megjelent művek 65%-a náluk jelenik meg. A maradék 35%-on azonban rengeteg, több mint 2500 kiadó osztozik. Ahhoz azonban, hogy adatbázisunk révén teljes képet adjunk a magyarországi könyvkiadásról, nem szabad eltekintünk e szanaszét ágazó könyvkiadói körről sem.

1. táblázat

### A könyvkiadás legfontosabb jellemzői

| Kiadási nagyságrend a kiadott címek alapján | Egy-egy nagyságrendbe tartozó kiadók |          | Az általuk publikált művek |          |
|---------------------------------------------|--------------------------------------|----------|----------------------------|----------|
|                                             | száma                                | %-aránya | száma                      | %-aránya |
| 100-nál több                                | 71                                   | 3        | 17 817                     | 50       |
| 50 és 100 között                            | 78                                   | 3        | 5 436                      | 15       |
| 10 és 50 között                             | 335                                  | 12       | 7 545                      | 22       |
| 10 alatt                                    | 2208                                 | 82       | 4 696                      | 13       |
| Összesen                                    | 2692                                 | 100      | 35 493                     | 100      |